

**PENGARUH *SHARIA MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN HIJAB MUSLIMAH  
(STUDI PADA MIZZ HIJAB MALANG)**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**KHUSNIATUL WAHYU IRSYADA**

**NIM. 201510510311035**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2019**

**PENGARUH *SHARIA MARKETING MIX*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB  
MUSLIMAH  
(STUDI PADA MIZZ HIJAB MALANG)**

**KHUSNIATUL WAHYU IRSYADA**  
**201510510311035**

Telah disetujui

Pada hari/tanggal, **Jum'at, 11 Oktober 2019**

Pembimbing I

  
Dr. Agus Purwadi, M.Si

Dekan,  
Fakultas Agama Islam



Tobroni, M.Si

Pembimbing II

  
Muslikhati, SE., ME

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syari'ah



Azhar Muttaqin, M.Ag.,

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khusniatul Wahyu Irsyada

NIM : 201510510311035

Fakultas : Agama Islam

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan bahwa skripsi atau karya ilmiah yang berjudul:

**“PENGARUH *SHARIA MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HIJAB MUSLIMAH (STUDI PADA MIZZ HIJAB MALANG)”**

1. Bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang digunakan dalam naskah ini dan telah disebutkan sumbernya.
2. Hasil tulisan karya ilmiah atau skripsi dari penelitian yang saya lakukan merupakan hak bebas royalti noneksklusif, apabila digunakan sebagai sumber pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapat sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Malang, 11 Oktober 2019



Yang menyatakan

**Khusniatul Wahyu Irsyada**  
**NIM. 201510510311035**

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim.*

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan barokah yang tak ternilai serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) dengan judul: **PENGARUH *SHARIA MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HIJAB MUSLIMAH (STUDI PADA MIZZ HIJAB MALANG)**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Strata Satu (S1) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Malang.

Didalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tanpa adanya doa, support dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Tobroni, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Azhar Muttaqin, M.Ag. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Drs. Agus Purwadi, MSi selaku pembimbing 1, yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan dorongan, mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Muslikhati, SE., ME selaku pembimbing 2, yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan dorongan, mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh dosen Ekonomi Syariah yang telah membantu dan memberikan arahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua orang tua saya (Sutamin Hariyanto dan Suhermin) yang telah memberikan dukungan dan memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas segala kesabaran, kasih sayang, do'a, nasehat, serta semangat yang luar biasa.
8. Terima kasih kepada semua teman Ekonomi Syari'ah angkatan 2015 Fakultas Agama Islam. Dan khususnya teman satu kelas Ekos A, sehat selalu dan sukses untuk kita semua.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih untuk semangat yang selalu kalian berikan.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak yang berkepentingan. Terima kasih.

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBARAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian .....	5
1.6 Asumsi Dasar Penelitian .....	5
BAB II.....	6
KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Kerangka Teoritis Masalah Penelitian.....	7
2.2.1 Pemasaran .....	7
2.2.2 Pemasaran Syariah .....	8
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	9
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	18
2.3 Kerangka Penelitian .....	21
2.4 Hipotesis .....	21
BAB III .....	22
METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Pendekatan dan Jenis Metode Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan Sampel .....	22
3.3 Objek Penelitian .....	24
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	25

3.5	Metode Pengumpulan Data .....	27
3.6	Analisis Data .....	27
BAB IV .....		32
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		32
4.1	Gambaran Umum Mizz Hijab Malang.....	32
4.2	Profil Responden .....	33
4.3	Hasil Penelitian.....	35
4.4	Pembahasan Hasil Analisa .....	45
4.5	Diskusi Hasil Analisa .....	50
BAB V.....		53
PENUTUP.....		53
5.1	Kesimpulan.....	53
5.2	Saran .....	54
DAFTAR PUSTAKA .....		55
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		57



## DAFTAR GAMBAR

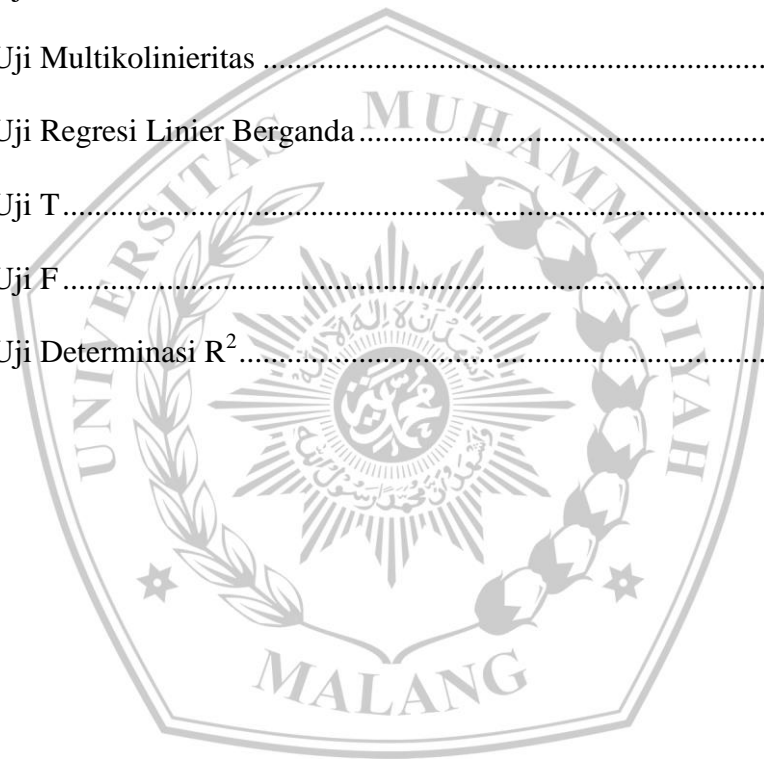
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	21
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	33
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	34
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35





## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	25
Tabel 4.1 Uji Validitas .....	36
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas .....	37
Tabel 4.3 Uji Normalitas .....	38
Tabel 4.4 Uji Heteroskedastisitas .....	39
Tabel 4.5 Uji Multikolinieritas .....	40
Tabel 4.6 Uji Regresi Linier Berganda .....	40
Tabel 4.7 Uji T .....	42
Tabel 4.8 Uji F .....	43
Tabel 4.9 Uji Determinasi $R^2$ .....	44



## DAFTAR PUSTAKA

- Amrin, Abdullah. (2007). *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT. Grasindo
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Huda, N., dkk. (2017). *Pemasaran Syariah Teori & Aplikasi*. Depok: Kencana
- Kotler, Philip. (1992). *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian)*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. (Terj. Bob. Sabran). Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (1995). *Dasar-dasar pemasaran*. Jakarta: Intermedia
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kartajaya, Hermawan & M. Syakir Sula. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mirzan Pustaka
- Lupiyoadi, Rambat & Ridho Bramulya I. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Nurcholifah, Ita. (2014, Maret). *Strategi marketing mix dalam perspektif Syariah*. Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies. Vol 4, No 4. 80
- Prasetyo, Bambang & Lina Miftahul jannah. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Pratiwi, Astika. (2016). *Pengaruh Lokasi, Harga, dan Keberagaman Produk terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Argosari Wonosari*. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta 2016
- Rangkuti, Freddy. (2004). *Flexible Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Suharyadi & Purwanto S. (2013). *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Winardi. (1989). *Aspek-aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*. Bandung: Mandar Maju

Zaharuddin, Harmaizar. (2006). *Menggali potensi Wirausaha*. Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa

Prasetyo, Bambang & Lina Miftahul jannah. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Prodi. Tarbiyah-Prod. Syari'ah-Prodi Ekonomi Syari'ah-Prodi Pend. Bahasa Arab  
Jl. Raya Tlogomas No. 246. Telp. ( 0341) 4643'8 Psw.171-173 Fax( 031) 460782 Malang  
65144

<http://www.umm.ac.id> e-mail: [fai@umm.ac.id](mailto:fai@umm.ac.id) Website: [agamaislam.umm.ac.id](http://agamaislam.umm.ac.id)

**FORM CEK PLAGIASI LAPORAN TUGAS AKHIR**

Nama Mahasiswa : Khusniatul Wahyu Irsyada  
NIM : 201510510311035  
Judul Skripsi : Pengaruh *Sharia Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Hijab Muslimah  
(Studi pada Mizz Hijab Malang)

Hasil Cek Plagiarisme dengan Turnitin

NO	Komponen Pengecekan	Nilai Maksimal	Hasil Cek Plagiasi (%)
1.	Bab I : Pendahuluan	10%	7%
2.	Bab II : Studi Pustaka	25%	22%
3.	Bab III : Metodologi Penelitian	35%	9%
4.	Bab IV : Hasil Penelitian	15%	9%
5.	Bab V : Penutup	5%	0%

Dosen Pembimbing I

  
( Dr. Agus Purwadi, M.Si )

Dosen Pembimbing II

  
( Muslikhati, SE., ME )

Mengetahui,

Kaprodi Ekonomi Syariah,

  
( Chairil Mubtadin, M.Ag )

